

ANÁLISIS DE CASO FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ODS 9 EN UNIT CO SAS

ANDREA PÁEZ GÓMEZ NATHALIA BONILLA CASTILLO
FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR 22 G2

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	1 DE 28
	FECHA	

Tabla de contenido

Resumen	3
Abstract	3
Palabras Clave	3
1. Introducción	4
2. Antecedentes	7
EEFF BAJO NIIF 2015- 2016	7
Gráfica 1 Estado de resultados integral, resultado del periodo, por función del gasto. ..	7
Gráfica 2 Estado de la situación financiera 2015 – 2016.....	9
EEFF BAJO NIIF 2017, PERSPECTIVA FINANCIERA Y HERRAMIENTA PARA TOMA DE DECISIONES	11
Escenario de oportunidad desde la perspectiva financiera y la aplicación del ODS 9 .	11
Gráfica 3 Estado de resultados por función del gasto 2017	12
E-COMMERCE HERRAMIENTA DE INVERSION	14
Gráfica 4 Modelo de correo personalizado	15
Bases de datos	16
Gráfica 6 Base de datos clientes en Access	16
4. Metodología HERRAMIENTAS DE DIAGNOSTICO PARA PUNTOS DE OPORTUNIDAD.....	17
Matriz DOFA	17
5. CANVAS	19
6. Matriz PESTEL Unit CO SAS.....	21
Ilustración 1, Tercerización en el país.....	23

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	2 DE 28
	FECHA	

7. Conclusiones	26
8. Recomendaciones.....	27
Bibliografía	28

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	3 DE 28
	FECHA	

Resumen

Unit Co SAS es una empresa con una trayectoria de 11 años en el mercado, que se dedica a estrategias comerciales contando con 5 líneas de negocio: fortalecimiento empresarial, estudios comerciales, prospección comercial, encuentros comerciales y outsourcing comercial. Hasta el día de hoy aún es una empresa pequeña con problemas de rentabilidad y oportunidades de negocio o misiones presentadas dos veces al año por lo que no genera la suficiente liquidez, no es conocida de la manera que debe ser a pesar de haber realizado misiones en países como Portugal y Chile y haber trabajado con empresas reconocidas como lo son Mattel, Grupo Sura, entre otras, por lo que el objetivo del presente proyecto es analizar las herramientas y los beneficios que brinda la posibilidad de invertir en el e-commerce y de potencializarlo generando un posicionamiento de marca de Unit Co SAS, proponer la creación de un canal de YouTube empresarial donde se suban videos semanales sobre temas de consultoría dirigidos al crecimiento de Pymes.

Abstract

Unit Co SAS is a company with a history of 11 years in the market, dedicated to business strategies with 5 business lines: business strengthening, commercial studies, commercial prospecting, business meetings and commercial outsourcing. To this day it is still a small company with problems of profitability and business opportunities or missions presented twice a year so it does not generate enough liquidity, it is not known in the way it should be despite having carried out missions in countries such as Portugal and Chile and have worked with recognized companies such as Mattel, Grupo Sura, among others, so the objective of this project is to analyze the tools and benefits offered by the possibility of investing in e-commerce and potentialize it by generating a brand positioning of Unit Co SAS, propose the creation of a corporate YouTube channel where weekly videos are uploaded on consulting topics aimed at growth and for the benefit of Pymes.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	4 DE 28
	FECHA	

Palabras Clave

Pymes, e-commerce, influencer, desarrollo sostenible, innovación, liquidez, canal empresarial, consultorías.

1. Introducción

En el presente artículo se presentará un análisis de caso de la empresa Unit Co SAS, tocando temas como Clusters de servicios visualizando así las oportunidades del sector y de la empresa como tal de implementar el Objetivo de Desarrollo Sostenible 9, mediante oportunidades de inversión en e-commerce.

El constante cambio internacional y los nuevos avances llevan a la sociedad a transformar su entorno y sus actividades del día a día, una de estas es la forma hacer negocios, los medios y herramientas para consolidarlos, la manera de llamar la atención del cliente, entre otros factores lo cual desencadena de manera directa un incremento de la competitividad, el cambio constante y las exigencias de los clientes y los consumidores. Como contingencia el comercio y sus formas de ejecutarlo se deben adaptar (Malca, 2001)

Actualmente el tema del e-commerce en Colombia ha tenido un crecimiento significativo, ya que se han evidenciado muchas oportunidades en este sector, aparte de esto el gobierno apoya e incentiva la participación e inversión de las empresas para la tercerización, proyectando un crecimiento exponencial estimulando que casi el 50% de los colombianos tengan acceso al comercio electrónico y a plataformas digitales.

En el país, el gobierno nacional a través del MinTIC, está haciendo grandes esfuerzos para educar a los ciudadanos con programas de formación presencial y virtual en temas que les permiten a los colombianos interactuar y sacar provecho de diferentes temas de interés, se han generado programas llevando estas herramientas a ciudades y pueblos con un nivel marginal notable y así poder mostrarles opciones de expansión y crecimiento.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	5 DE 28
	FECHA	

Una de las herramientas de e-commerce más utilizadas y de las que se puede sacar mucho provecho son las redes sociales, ya que tienen tantos usuarios que invierten gran parte de su día en línea que puede considerarse como un escenario muy óptimo para poder dar a conocer una empresa o idea innovadora, aplicar estrategias de mercadeo, y potencializar las ventas de una compañía, son medios que se adecuan mucho a las necesidades y a las comodidades de los consumidores porque permiten ofrecer diferentes medios de pago, tiempos y lugares de entrega, productos y servicios personalizados, descuentos, compras al por mayor, preferencias de los usuarios, por lo que es importante tomar decisiones asertivas para lograr obtener la aprobación y la acogida de los consumidores e Influencers, que también son una gran oportunidad para alianzas. (García, 2018).

Gracias al crecimiento en las redes sociales del país, se ha creado la figura de los Influencers digitales, se definen como personas prácticas y con experiencia en un tema específico, que hacen actividades fuera de lo común para conseguir una cantidad significativa de seguidores se caracterizan por la manera en la que logran persuadir de forma natural influyendo sobre las decisiones de compra y muchas veces también de vida de los usuarios, hoy en día existen muchos personajes de este tipo, es complicado posicionarse en estos medios pero la ganancia que obtienen por sus videos diarios, o por promocionar diferentes marcas o productos es significativa, desafortunadamente la realidad colombiana demuestra que en temas empresariales son pocos los que ejercen este papel de marketing, ya que principalmente en la cultura nacional llama más la atención los temas de belleza, música, ocio, entre otros.

Por esto mismo pocas empresas invierten en contratar una persona que desempeñe este papel ya que su proceso de selección ocupa tiempo, no lo ven necesario ni como una oportunidad potencial y que exige de ciertos requisitos, en caso de Unit Co el gerente de la empresa realizará este rol en la compañía.

Las empresas aún desconocen los beneficios de poder ser parte activa del e-commerce, e invertir en el papel de Influencer, la primera de las razones por la que es un acierto usar este tipo de estrategias es que ayudan a mejorar la visibilidad, posicionamiento y reputación de marca, mediante comentarios y opiniones de los clientes siempre se puede trabajar en pro al mejoramiento de los productos, de los procesos operativos y demás factores. Asimismo, es posible conseguir un

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	6 DE 28
	FECHA	

mayor alcance gracias a la gran cantidad de seguidores que se registran en redes cada día, o que se logran persuadir, lo que internamente genera un proceso voz a voz. Otra de las razones es que se logra humanizar la marca, ya que el Influencer se apropia tanto de la marca que transmite seguridad en esta y permite que los seguidores la asocien a una persona de confianza con la que tienen una cierta afinidad y objetivo en común.

Gracias al auge y al aumento de popularidad y participación de esta práctica cada vez más frecuente y común, es válido aclarar que los clientes y usuarios cada vez son más exigentes a la hora de confiar y comunicar sus gustos idealizando una persona que pueda identificarlos, se debe tener en cuenta que los usuarios no se dejan engañar fácilmente. Por lo que el mercado se vuelve retante y es indispensable crear un contenido interesante, veraz y capaz de cautivar al público objetivo para no acabar realizando una mala publicidad, o con una mala imagen gracias a los comentarios, utilizando diferentes estrategias visuales, haciendo uso de colores llamativos, mensajes, infraestructura atractiva y de oportunidades de marketing. (Gómez, 2017)

De esta manera y haciendo uso de las herramientas externas que ofrecen las diferentes plataformas digitales ya mencionadas, se busca que Unit Co SAS logre un posicionamiento de marca, siendo una empresa fortalecida y atractiva en el sector de servicios y de tercerización de gerencia, mediante el análisis de una inversión en plataformas digitales, la creación de un canal de YouTube para el know how del tema de consultoría empresarial y mejoras en las bases de datos.

La creación del canal de Youtube nace de la idea y el espíritu de regalar, más que algo material, el conocimiento, ya que esto no solo posiciona la marca al agradecer el soporte de los clientes si no también es una manera de fidelizarlos, y así dar a conocer el potencial de la empresa para llegar a los Clusters de servicios y a las pequeñas y medianas empresas para viabilizar futuras oportunidades y alianzas que impulsen el crecimiento.

El sector es viable en el país ya que los servicios de tercerización de gerencia y estrategias comerciales han tomado un gran auge por sus diversos beneficios y por la reducción de costos que logran desarrollar en la empresa, aprueban la disminución en cuanto a los procesos operativos permitiendo que el gerente tenga mayor dedicación a labores estratégicas de la compañía y a la

toma de decisiones, el delegar a un tercero con experiencia en un tema específico brinda tranquilidad en cuanto a la privacidad y trazabilidad de la información, en este caso se trata de potencializar ventas, de hacer estudios de mercados y análisis interno y externo para tomar decisiones que optimicen todas las áreas de la empresa, enfocarse en la actividad principal del negocio, generando mayor rentabilidad y productividad.

Permite también el acceso a tendencias tecnológicas y a capacidades de primera línea gracias a la especialización del talento humano principalmente los proveedores de servicios (Unit Co). Finalmente genera reducción de costos como ya se mencionó, pues hay una mayor flexibilidad.

2. Antecedentes

EEFF BAJO NIIF 2015- 2016

Gráfica 1 Estado de resultados integral, resultado del periodo, por función del gasto.

Las NIIF se han convertido en una herramienta estratégica para las empresas colombianas ya que les brinda un mayor nivel de competitividad internacional, las Normas Internacionales de

UNIT CO LTDA 900153552-5 Estado de resultado integral, resultado del periodo, por función de gasto (Cifras en pesos colombianos)					
	Diciembre de 2016	NOTA	Diciembre de 2015	Variación absoluta	Variación relativa
Resultado de periodo					
Ganancia (pérdida)					
Ingresos de actividades ordinarias	152.065.631	12	115.195.581	36.870.050	32%
Costos de operación	63.442.261	14	56.322.573	7.119.688	13%
Ganancia bruta	88.623.370		58.873.008	43.989.738	75%
Gastos de administración	74.248.039	13	55.283.851	18.964.188	34%
Gastos de venta	6.933.780	13	2.047.168	4.886.611	239%
Otros ingresos	16.759	12	3.176.023	(3.159.263)	-99%
Otros gastos	7.010.283	13	3.683.959	3.326.325	90%
Ganancia (pérdida) por actividades de operación	448.027		1.034.053	(586.026)	264%
Ingresos financieros				-	
Gastos financieros				-	
Gastos no relacionados con la operación				-	
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	448.027		1.034.053	(586.026)	-57%
Ganancia (pérdida)	448.027		1.034.053	(586.026)	-57%
Ganancia (pérdida), atribuible a					
Ganancia (pérdida), atribuible a los asociados de la controla	448.027		1.034.053	(586.026)	-57%
Impuestos atribuibles al periodo	147.000	13	364.000	(217.000)	-60%
Resultado integral del periodo	301.026,54		670.053	(369.026)	-55%

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	8 DE 28
	FECHA	

Información Financiera aumenta la comparabilidad y transparencia de la información que se presenta.

Fuente: Estados Financieros Unit Co 2016

En la gráfica anterior se evidencia el estado de resultados integral para los periodos 2016 y 2015 de la compañía, principalmente con función de evidenciar el comportamiento de aumento en los ingresos y la situación de la empresa en aquel momento.

Se puede observar que en la transición del año 2015 al 2016 un aumento en los ingresos de actividades ordinarias, lo que evidencia un mayor flujo de beneficios económicos recibidos por cuenta de la actividad de la empresa como tal, ya que muchas veces la empresa recibe ingresos por préstamos del gerente o por actividades que él hace independiente al objetivo social de Unit Co.

Así como aumentaron los ingresos también los costos de operación en un 13% incluyendo gastos técnicos, alquileres, capacitaciones y gastos administrativos dando como resultado una pérdida en comparación al 2015 de \$586.026, lo que genera una disminución en el resultado integral del periodo con respecto al anterior con una diferencia de casi la mitad.

En el año 2016, así hubieran aumentado los ingresos, los gastos y costos también aumentaron de forma que fue más complicado hacer frente a estas obligaciones con los ingresos existentes lo que generó una disminución en el resultado integral, ya que siempre se ha buscado préstamos externos por la situación tan limitante por la que ha llegado a pasar la empresa.

Independientemente también se puede observar una variación significativa en el resultado integral del periodo tomando lugar desde los gastos de venta, ya que cabe notar que su aumento fue aproximadamente del triple a la inicial, en otros gastos el año 2016 también supera por el doble en comparación al 2015, otros ingresos disminuyeron notablemente.

Lo que lleva a concluir que la empresa genera muchos gastos de operación aun siendo una empresa pequeña y que se dedica a la prestación de servicios no hay una buena distribución de gastos ni costos, lo que así los ingresos aumenten no son los suficientes para compensarlos y

afectando así la rentabilidad, ya que las oportunidades de negocio que se le presentan a Unit Co suelen ser 2 en un año.

Gráfica 2 Estado de la situación financiera 2015 – 2016

En la siguiente gráfica se evidencia el Estado de situación Financiera de la empresa para el año 2015 y 2016 de manera comprensiva, consistente, comparable y de manera confiable. Evidencia de manera relevante los aspectos más importantes del desarrollo de la empresa, permitiendo evaluar los hechos.

UNIT CO LTDA
900153552-5
Estado de la Situación Financiera
Cifras en pesos

Descripción	NIIF 31/12/2016	NOTA	NIIF 31/12/2015	Variación absoluta	Variación relativa
Activos					
Activos financieros/ corrientes					
Efectivo y equivalentes al efectivo	564.177	3	9.837.946	(9.273.770)	-94%
Cuentas por cobrar y otras cuentas p cobrar	51.967.321	4	48.614.300	3.353.021	7%
Activos financieros corrientes	52.531.498		58.452.247	(5.920.749)	-87%
Activos no financieros/ corrientes					
Inventarios	-		-	-	-
Activos no financieros corrientes	-		-	-	-
Activos corrientes financieros / no financieros	52.531.498		58.452.247	(5.920.749)	
Activos financieros no corrientes					
Inversiones	6.000.000	5	6.000.000	-	0%
Subt Activos financieros no corrientes	6.000.000		6.000.000	-	0%
Activos no financieros no corrientes					
Propiedad, planta y equipo	1.739.504	6	2.685.724	(946.219)	-35%
Gastos anticipados	-		154.091.498	-154.091.498	-100%
Subt Activos no financieros no corrientes	1.739.504		156.777.222	(155.037.717)	
Total Activo	60.271.002		221.229.468	(160.958.466)	-73%
Pasivos					
Pasivos financieros/ Corriente					
Obligaciones financieras	-		-	-	-
Cuentas por pagar	9.945.497	8	122.599.968	(112.654.471)	-92%
Subt Pasivos financieros/ Corrientes	9.945.497		122.599.968	(112.654.471)	-92%
Pasivos no financieros/ Corriente					
Impuestos gravámenes y tasas	3.140.000	9	6.635.000	(3.495.000)	-53%
Beneficio a empleados	916.681	10	1.442.503	(525.822)	-36%
Subt Pasivos no financieros/ Corrientes	4.056.681		8.077.503	(4.020.822)	-50%
Subt Pasivos Financieros, no Financi/ Corrientes	14.002.178		130.677.471	(116.675.293)	-89%

UNIT CO LTDA
900153552-5
Estado de la Situación Financiera
Cifras en pesos

Descripción	NIIF 31/12/2016	NOTA	NIIF 31/12/2015	Variación absoluta	Variación relativa
Pasivos financieros No corriente					
Obligaciones financieras	42.396.271	7	86.980.471	(44.584.200)	
Cuentas por pagar	-		-	-	
Subt Pasivos financieros/ No Corrientes	42.396.271		86.980.471	(44.584.200)	0%
Pasivos no financieros No corriente					
Otros pasivos	-		-	-	
Subt Pasivos no financieros/No Corrientes	-		-	-	
Subt Pasivos financi y no financ/No Corrientes	42.396.271		86.980.471	(44.584.200)	
Total Pasivo	56.398.449		217.657.942	(161.259.493)	-74%
Patrimonio					
Capital en acciones	16.000.000	11	16.000.000	-	0%
Resultado del ejercicio	301.027	11	670.053	(369.026)	-55%
Resultado de ejercicios anteriores	(12.428.474)	11	13.098.526	670.053	-5%
Total patrimonio	3.872.553		3.571.526	301.027	8%
Total pasivo y patrimonio	60.271.002		221.229.468	(160.958.466)	-73%

Fuente: Estados Financieros Unit Co 2015-2016

Este estado de situación financiera permite justificar el desempeño de la empresa, sus activos financieros disminuyeron en el transcurso del año haciendo énfasis en la cuenta de efectivo y equivalentes de efectivo con una variación relativa de -94%, lo que fue compensado con un leve aumento en las cuentas por cobrar, los pasivos también disminuyeron de manera muy significativa.

El estado de situación financiera refleja una disminución en los tres elementos que lo componen: activos, pasivos y patrimonio, en el 2016 se contaban con 12 empleados y se decidió despedirlos de manera que solo quedarán 2 en la empresa y así disminuir el gasto de nómina, se empezaron a contratar personas solo por los proyectos que tuviera la empresa que hasta el día de hoy se presentan máximo 3 en el año lo que hace que la empresa no sea fuerte en el mercado, no sea reconocida ni tenga un buen flujo de liquidez.

En este mismo año se presentó un proyecto importante de fortalecimiento empresarial pero los ingresos que se obtuvieron por parte de esto fueron utilizados para pagar deudas y capitalizar la empresa por eso se evidencia una notable disminución en los pasivos y el patrimonio.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	11 DE 28
	FECHA	

EEFF BAJO NIIF 2017, PERSPECTIVA FINANCIERA Y HERRAMIENTA PARA TOMA DE DECISIONES

La implementación de las NIIF permite un lenguaje financiero común de manera mundial, permite agilizar los negocios entre las empresas atrayendo oportunidades de inversión beneficiando a la empresa en su totalidad.

La empresa fue fundada en el año 2006 por dos socios, en el año 2017 uno de ellos decidió irse de la compañía lo que sorprendentemente impactó de buena manera a la situación financiera, esto ayudó a un leve crecimiento empresarial por diferentes factores desde la perspectiva financiera:

- Menos costos fijos y disminución en el valor de estos.
- Se tomaban decisiones de manera más rápida y eficiente, ya que no se le brindaba el tiempo necesario al respectivo análisis de la situación financiera por temas de carga laboral.
- La empresa ya tenía información financiera mensual, ya que el socio que salió se encargaba de realizar y presentar los estados financieros, pero por la carga laboral no los hacía en los periodos ni en la manera que debían ser.
- Se empezaron a tomar decisiones en base a información financiera real y mensual.

Gracias a este cambio la empresa obtuvo un aumento significativo en el resultado integral del periodo a pesar de una disminución en los ingresos obtenidos.

Escenario de oportunidad desde la perspectiva financiera y la aplicación del ODS 9

A pesar de este crecimiento, la empresa aún evidencia fallas ya que, al ser su objeto social ofrecer y vender estrategias comerciales, UNIT CO no ha logrado desarrollarse como una mediana empresa a pesar de 12 años en el mercado, ya que las estrategias que se venden no se han aplicado al negocio como tal, lo que puede mejorar por medio del e-commerce, utilizando diferentes alternativas como:

- Blogs de actualidad y de opinión.

- Página SEO de la empresa (palabras claves, tráfico orgánico de Google para mejorar el posicionamiento en las búsquedas)
- Redes sociales.
- Youtuber empresarial – Branding.

Gráfica 3 Estado de resultados por función del gasto 2017

El Estado de Resultados por función, consiste en clasificar los gastos de acuerdo a su función como parte del costo de ventas, y así evidenciar como influyen junto a los ingresos en la obtención del resultado neto del ejercicio, en la siguiente gráfica se observa la clasificación y distribución de gastos e ingresos tomando en cuenta los años 2015, 2016 y 2017.

UNIT CO SAS ESTADO DE RESULTADO POR FUNCION DEL GASTO DE 01 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE DE 2017 CIFRAS EN PESOS COLOMBIANOS						
	Diciembre 2017	Diciembre 2016	NOTA	Diciembre 2015	Variación absoluta	Variación relativa
Resultado de periodo						
Ganancia (pérdida)						
Ingresos de actividades ordinarias	114.842.581	152.065.631	12	115.195.581	36.870.050	32%
Costos de operación	34.783.681	63.442.261	14	56.322.573	7.119.688	13%
Ganancia bruta	80.058.900	88.623.370		58.873.008	43.989.738	75%
Gastos de administración	49.792.824	74.248.039	13	55.283.851	18.964.188	34%
Gastos de venta		6.933.780	13	2.047.168	4.886.611	239%
Otros ingresos	105.214	16.759	12	3.176.023	(3.159.263)	-99%
Otros gastos	5.488.855	7.010.283	13	3.683.959	3.326.325	90%
Ganancia (pérdida) por actividades de operaci	24.882.435	448.027		1.034.053	(586.026)	264%
Ingresos financieros					-	#DIV/0!
Gastos financieros					-	#DIV/0!
Gastos no relacionados con la operación					-	
Ganancia (pérdida), antes de impuestos	24.882.435	448.027		1.034.053	(586.026)	-57%
Ganancia (pérdida)	24.882.435	448.027		1.034.053	(586.026)	-57%
Ganancia (pérdida), atribuible a						
Ganancia (pérdida), atribuible a los asociados	24.882.435	448.027		1.034.053	(586.026)	-57%
Impuestos atribuibles al periodo	8.460.028	147.000	13	364.000	(217.000)	-60%
Resultado integral del periodo	16.422.407	301.027		670.053	(369.026)	-55%

Fuente: Estado de resultados Unit Co 2017

El año 2017 evidenció una notable mejoría, se eliminaron los gastos de venta y los ingresos obtenidos aumentaron en comparación al año anterior, al igual que la utilidad bruta que muestra la efectividad en el manejo de los recursos y los gastos ya que estos también disminuyeron en casi la mitad de los del año anterior.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	13 DE 28
	FECHA	

En cuanto a la parte de correos, la empresa tiene un dominio muy antiguo lo que ha hecho que se tengan problemas de hosting y los correos enviados son clasificados en spam, lo que ha hecho que se descuide la parte comercial y este año han disminuido las ventas, las oportunidades de negocio se quedan sin concretar y es un impedimento para el crecimiento.

El email marketing, otra opción de e-commerce, permite a las empresas desarrollar ofertas personalizadas para distintos usuarios y perfiles. En un inicio, este tipo de marketing no obtuvo muy buenos resultados debido a que se consideraba en muchas ocasiones como correo no deseado. Sin embargo, hoy en día su importancia ha aumentado y pocas son las empresas que no llevan a cabo este tipo de acciones. Las empresas, generalmente a través de Newsletters, se centran en diferentes fines: aumentar las ventas, darse a conocer, generar un flujo de comunicación con sus clientes, obtener información para llevar a cabo acciones posteriores o crear lealtad entre los usuarios.

El primer punto para conseguir que el emailing sea efectivo es que los correos no lleguen a la bandeja spam o al correo basura de los receptores. Para ello, uno de los puntos más importantes es que la empresa sepa qué usuarios aceptaron el envío de información. Generalmente, solo si los usuarios lo aceptan, el email marketing obtendrá buenos resultados y un buen retorno. No hace falta recordar que cuando un usuario no da su aceptación y recibe un correo de este tipo, puede sentir una invasión de su privacidad, también es importante identificar que el dominio de la empresa no este categorizado en “listas negras”.

Si se manejan de forma adecuada, los estímulos de marketing realizados para el reconocimiento de la necesidad-oportunidad pueden hacer que los consumidores se interesen por un producto o categoría de productos dando lugar a la búsqueda de información adicional.

Esta búsqueda puede ser pasiva o activa. En el primer caso (búsqueda pasiva), el consumidor presta más atención a la información que recibe.

En cambio, un consumidor lleva a cabo una búsqueda de información activa cuando en lugar de limitarse a prestar atención a los anuncios de casas (supongamos que tiene la necesidad de adquirir una vivienda), busca información adicional en Internet, pregunta a sus amigos, etc. La

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	14 DE 28
	FECHA	

importancia de la búsqueda dependerá de la intensidad con la que el consumidor sienta la necesidad, la cantidad de información inicial que tenga, lo fácil que le resulte obtener información adicional, el valor que conceda a la misma y de la satisfacción que obtenga en la búsqueda. (Baena, 2011)

E-COMMERCE HERRAMIENTA DE INVERSION

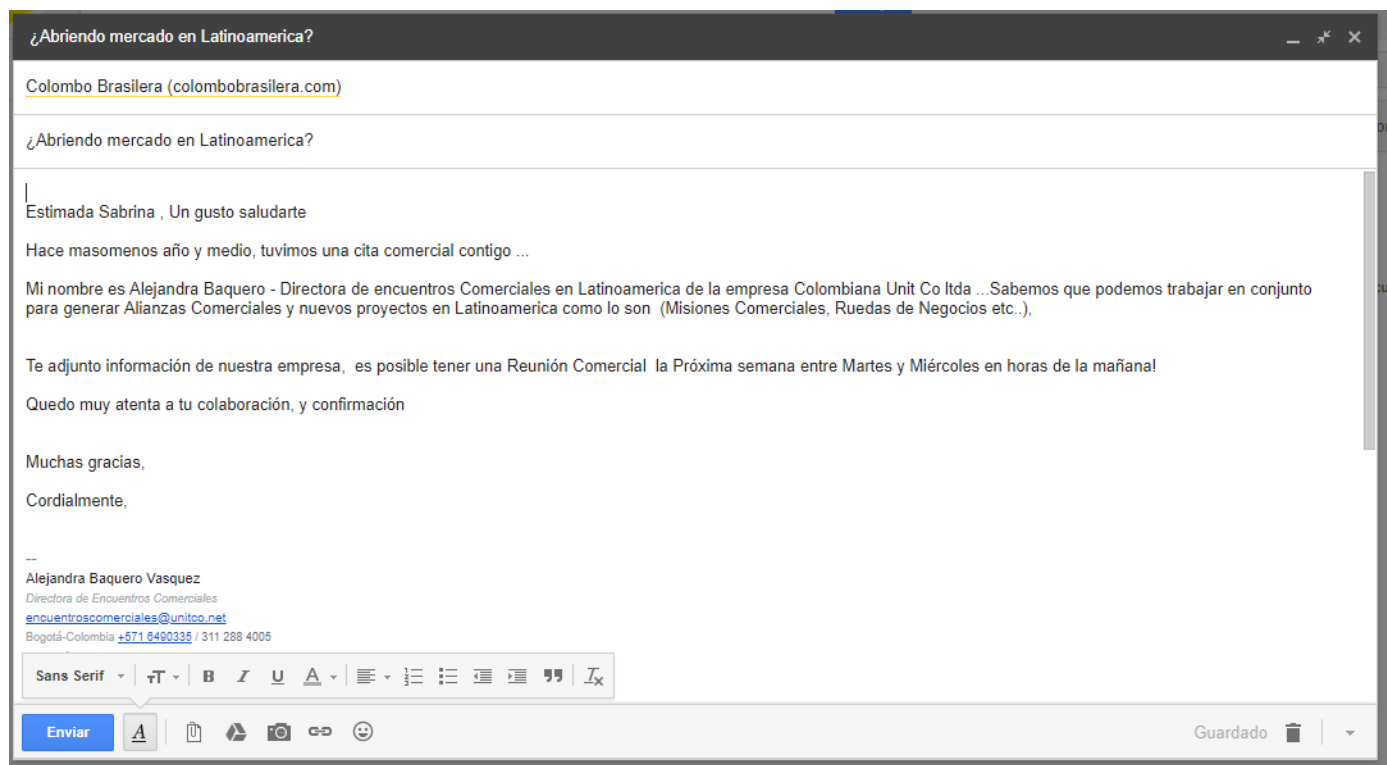
El e-commerce permite una medición y un análisis constante de los resultados de las diferentes iniciativas en tiempo real, lo que permite adaptar las iniciativas sobre la marcha y conocer los datos de su impacto. Además, con el e-commerce las respuestas pueden ser analizadas en tiempo real. Combinado con la rapidez del internet, esto significa que no se desperdicia nada y que todo lo que se gasta en la campaña puede ser efectivo. Así, la máxima eficiencia del e-commerce es que crea nuevas oportunidades para aprovechar las ventajas competitivas estratégicas.

La combinación de todos estos factores da como resultado un ROI mejorado y, en último lugar, clientes más numerosos y satisfechos y una línea de marketing mejorado, es un canal de ventas muy rentable en el país actualmente, por lo cual la inversión necesaria para un buen retorno esta en los siguientes principios:

- Inversión en fotografía, que haga la diferencia ya que es el primer contacto que tiene el cliente con la empresa por medio virtual, las buenas imágenes pueden resaltar y potencializar la trayectoria y el trabajo de Unit Co.
- Hosting, que es el servicio que permite subir la página web a internet y puede ser asimilado como el arrendamiento de un local físico, un buen hosting permite que el nombre de la empresa aparezca de primer lugar en búsquedas.

Gráfica 4 Modelo de correo personalizado

Resulta óptimo personalizar el correo electrónico contestando al 100% la necesidad del cliente y poder satisfacerlo y reconocerlo de una mejor manera ya que permite ofrecer contenido en base a sus preferencias como se verá en la siguiente ilustración.



Fuente: Elaboración propia (Gmail Unit Co SAS)

Hoy en día se puede crear una relación virtual con los clientes más interactiva y más allá de un texto redactado, los e-mail puede ir acompañados de archivos multimedia como imágenes, videos o gifs captando mejor la atención de los destinatarios correspondientes, aunque es válido aclarar que es fundamental tener claro el objetivo que se desea conseguir sin saturar el mensaje con archivos multimedia que puedan distraer al cliente, desde el asunto del mensaje se debe reflejar impacto y cautivacion por parte de Unit Co y crear vínculos de fidelización.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	16 DE 28
	FECHA	

Bases de datos

Unit Co maneja una base de datos en Access que es el sistema para bases de Microsoft con aproximadamente 400 clientes donde se programa la periodicidad y el tipo de seguimiento a la empresa, independiente de esto el manejo de la base no es eficaz y no está actualizada lo que impide buscar oportunidades de negocio en otros horizontes o crear una fidelización con sus antiguos clientes.

Gráfica 5 Base de datos clientes en Access

Empresarios 3189 NIT: Ice World International Dependencia:

Archivo INICIO CREAR DATOS EXTERNOS HERRAMIENTAS DE BASE DE DATOS

Todos los objetos... << >>

- Tablas
- Consultas
- Formularios
- Agenda Consulta
- Empresarios Seguimiento
- Menu
- Objeciones
- Seguimiento
- Informes

Formulario de datos:

Contacto: João Pedro Pinto Ribeiro Cargo: Director Sales Email: Joao@ice-world.com

Contacto2: Cargo: Email:

Telefonos: 351 91 8658090 Celular: Pagina web: www.ice-world.com Direccion:

Fecha de visita: Última visita: Visitar a:

1016063060 Alejandra Baquero Valor Venta: 0 Pais: PORTUGAL Estado:

Primer Contacto: 12/07/2017 Último Contacto: 04/09/2017 Prox Sgto: 06/09/2017 Calificacion: Propuesta:

Observaciones:

Fecha	Agente Comercial	Co	Nombre	Observacion	Detalle
13/07/2017	160302	Diego Gonza	Seguimiento en tr	Se hablo por telefono y se mandó propuesta	
7/2017 12:39:43 p. m.	1016063060	Diego Gonza			
* 08/2018 7:03:45 p. m.	1016063060				

Registro: 14 1 de 2 Sin filtrar Buscar

Registro: 14 1 de 3424 Sin filtrar Buscar

Vista Formulario BLOQ NUM

Fuente: Bases de datos Access Unit Co

Una base de datos no tiene valor por sí sola: es un activo como cualquier otro. Para una fábrica, el valor de una máquina no es su coste de adquisición, si no el total de sus beneficios que aporta a lo largo del tiempo de uso, menos el precio inicial amortizado y los gastos de mantenimiento. Una base de datos es igualmente parte de la maquinaria empresarial, por lo que se debe centrar la atención que merece para sacar de este el mayor provecho y optimizarla de la mejor

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	17 DE 28
	FECHA	

manera, realizar su respectivo mantenimiento, actualizarla y que brinde información veraz, clara y concisa. (Fombelle, 2016)

La tecnología ha avanzado en tantos campos, que la consultoría empresarial y el tema de manejo y bases de datos no se queda atrás, presentando como mejor opción de inversión a SAP, es una solución de software que ofrece una visibilidad de todas las áreas de una empresa, permite el acceso a información integrada y en tiempo real con un manejo mucho más fácil que aprueba ahorrar tiempo al empresario, es una inversión competitiva que ofrecen contadas compañías a nivel nacional, maneja un precio competitivo y asequible ya que va en pro de generar movilidad a las pymes, las cuales representan el 70% de los clientes de esta herramienta, es una inversión muy beneficiosa y creadora de valor agregado no solo para las bases de datos de la empresa, si no para los empleados que se certifiquen en su manejo ya que también los vuelve competitivos.

4. Metodología HERRAMIENTAS DE DIAGNOSTICO PARA PUNTOS DE OPORTUNIDAD

Matriz DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ DOFA UNIT CO SAS	1. Idea innovadora. 2. El mercado ha cogido un buen impulso. 3. Buen servicio al cliente. 4. Habilidades de dirección. 5. Mano de obra capaz de adaptarse a varias funciones	1. Falta de financiación. 2. No se evidencia crecimiento notable de la empresa. 3. No hay una reputación notable ni una marca. 4. Poca inversión en marketing.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Acuerdos comerciales. 2. Contacto con clientes extranjeros. 3. Personal con manejo de diferentes idiomas. 4. Acceso a nuevas tecnologías	1. Aprovechar el crecimiento del mercado para contactar clientes extranjeros (F2,O2). 2. Innovar con el uso de nuevas tecnologías para mejorar el servicio al cliente (F3,O4). 3. Utilizar las habilidades de dirección y gerencia para capacitar al personal en temas como los idiomas y consultoría (F4,O3)	1. Buscar beneficio de los acuerdos comerciales y entidades para financiación como convocatorias con Fiducoldex. (D1,O1) 2. Emplear las nuevas tecnologías y redes para posicionar la marca. (D3,O4) 3. Emplear el contacto con clientes extranjeros y utilizar el voz a voz para crecer como empresa y ser más reconocidos. (D2,O2)
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Poca liquidez. 2. Poca publicidad. 3. Difícil conseguir buenas oportunidades de negocio. 4. La empresa no gana dinero ejerciendo sus líneas de negocio.	1. Capacitar a los empleados para que vendan el servicio de Unit Co a diferentes puertas. (F5,A4) 2. Usar las ideas innovadoras de e-commerce para mejorar la publicidad de la empresa. (F1,A2) 3. Buscar oportunidades de negocio en diferentes contextos, mediante encuentros comerciales y convocatorias. (F2,A3). 4. Aprovechar las habilidades de dirección y de trato para obtener un contrato gana-gana con bancos y obtener liquidez.	1. Mejorando la publicidad y posicionando la marca habrá crecimiento en la empresa. (D2, A2) 2. Al invertir en marketing como Google Ad words, SEO, SEM, se conseguirán mejores oportunidades de negocio de manera más frecuente. (D4,A3) 3. Participar en convocatorias y programas, trabajar con el Estado (licitaciones) para conseguir financiación y así obtener una mejor liquidez.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	18 DE 28
	FECHA	

Fuente: Elaboración propia.










Mediante esta matriz se puede observar que aunque Unit Co nace de un emprendimiento muy innovador y el mercado colombiano ha tenido un buen acogimiento del sector tanto de tercerización de gerencia como de e-commerce, la empresa no ha desarrollado buenas tácticas ni estrategias para un crecimiento notable ni para ofrecer una buena rentabilidad a su socio y fundador, aun así el mercado presenta diferentes oportunidades:

- La empresa ha realizado postulaciones con Fiducoldex para temas de consultoría, lo que le ha permitido a los empleados a mejorar su trabajo en equipo y desarrollar diferentes destrezas apartes de las usadas diariamente en el espacio laboral, aparte de esto la compañía ya tiene demasiada experiencia en el tema de presentación de propuestas y toda la documentación y anexos que esto requiere, las postulaciones han permitido crear vínculos con diferentes tipos de profesionales explorando así el talento humano colombiano.
- Branding, realización de estudios de mercado 2 veces al año para explorar las nuevas oportunidades, los cambios de comportamiento de los clientes y canales de distribución.
- Potencializar los lazos creados con la cámara de comercio de Portugal y de Brasil para llegar a estos países y abrir oportunidades de optimización de ventas en empresas de estos países.
- Alianzas comerciales, actualmente Unit Co SAS decidió unirse a trabajar con el Consorcio MNI 130 para liderar proyectos de consultoría con empresas de diferentes ciudades, proyecto que va de la mano con el Estado y también fue una propuesta ganada con Fiducoldex.
- YouTube empresarial, es la principal idea de inversión e innovación ya que el poder contar con presencia en esta red permitirá un mayor crecimiento y conocimiento por parte de clientes estratégicos, aparte de esto en Colombia son muy contados los Influencers o YouTubers que traten temas empresariales y en pro de la consultoría de las pequeñas y medianas empresas, la creación del canal desarrollará diferentes

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	19 DE 28
	FECHA	

temas que permitan a los usuarios a aprender a tomar decisiones asertivas, a identificar mediante un análisis interno y externo las oportunidades y debilidades que ofrece la economía colombiana y así crear empresas más consolidadas y estructuradas que tengan buenas bases y puedan llegar a ser competitivas a nivel nacional, Unit Co SAS cuenta con el talento humano adecuado para llevar a cabo el desarrollo del canal ya que el YouTuber Empresarial es profesor de la Universidad del Rosario en la materia de Gestión Humana, con experiencia de 3 años en esta profesión además de ser administrador de empresas.

5. CANVAS

<div>Asociaciones Clave</div> <div></div> <div><div><div>*Consortio MNI 130.</div><div>*Fiducoldex.</div><div>*Fundación Amanecer.</div></div></div>	<div>Actividades clave</div> <div></div> <div><div><div>*Youtuber empresarial.</div><div>*Voz a voz en las empresas</div></div></div> <div><div>Recursos clave</div><div></div><div><div><div>*Medios tecnológicos.</div><div>*Infraestructura.</div><div>*Dominio</div></div></div></div>	<div>Valor añadido</div> <div></div> <div><div><div>*Propuestas en pro al crecimiento de las empresas.</div><div>*Ruedas de negocio.</div><div>*Encuentros comerciales.</div></div></div>	<div>Relaciones con los clientes</div> <div></div> <div><div><div>*Trato amable y personalizado.</div><div>*Descuentos por número de misiones.</div></div></div> <div><div>Canales</div><div></div><div><div><div>*Sitio Web.</div><div>*Ruedas de negocio.</div><div>*Presentación a propuestas</div></div></div></div>	<div>Clientes</div> <div></div> <div><div><div>*Cámara de comercio de diferentes ciudades.</div><div>*Pequeñas empresas creadas de un emprendimiento.</div><div>*Empresas que quieren aumentar ventas.</div></div></div>
<div>Costes</div> <div></div> <div><div><div>*Impuestos, Servicios técnicos, públicos y de limpieza, viáticos de viajes.</div></div></div>		<div>Ingresos</div> <div></div> <div><div><div>*Comisiones de misiones, descuentos, medios de pago de contado o crédito.</div></div></div>		

Fuente: Elaboración propia.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	20 DE 28
	FECHA	

Un modelo de negocio fundamentado en la innovación se basa en encontrar y fomentar nuevas formas de crear, entregar y captar valor para el cliente. El Método Canvas busca con un modelo integral, analizar la empresa como un todo y como una base para desarrollar diferentes modelos de negocios, ha sido adoptado por varias compañías ya que es un resumen llamativo de la esencia de la compañía identificando cada uno de los factores importantes de manera externa e interna. (Alex Osterwalder, s.f.)

Mediante el Canvas de Unit Co se puede observar que los clientes con los que ha creado una relación comercial son potenciales, como lo son la Cámara de Comercio que tiene una gran influencia en las diferentes ciudades y a su vez tiene el conocimiento de otras empresas con las que se pueden crear alianzas, el trabajar y brindar consultoría a pequeñas o medianas empresas también es apostarle a la competitividad de las PYMES y Clusters de servicios apoyando a la economía colombiana a ser más competitiva, gracias a la alianza con el consorcio MNI 130, se ha logrado empezar proyectos de consultorías en ciudades como Cartagena, Villavicencio, Yopal, entre otras, lo cual muestra la posibilidad de crear aún más lazos comerciales.

En cuanto a los ingresos y costos, anteriormente se evidenció que los costos suelen ser mayores en algunos periodos siendo una empresa de servicios que no requiere de tantos procesos operativos, la oportunidad para Unit Co es capacitar a su personal y delegar el cargo de Gerencia, creando así oportunidad de empleo, y oportunidad de un proceso de toma de decisiones más eficaz y optimo que vele por el crecimiento de la empresa y quienes la conforman.

En los canales de distribución se centra mucho la atracción y el interés por parte de los clientes por lo que es tan importante ejecutar la inversión en la creación del canal de YouTube, en las mejoras de la página Web y el dominio de la empresa.

Hoy en día la capital colombiana ofrece grandes ventajas para las empresas que tercerizan servicios por su ubicación estratégica y su capital humano calificado, que hacen prever un crecimiento del 15 % según la presidenta ejecutiva de la Asociación Colombiana de Contact Center

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	21 DE 28
	FECHA	

y BPO (Acdecc), Ana Karina Quessep, lo que permite concluir la presencia de oportunidades y apoyo para este sector por parte de empresas y organizaciones extranjeras que llegan de primeras a la capital y les agrada el talento humano que acá encuentran.

6. Matriz PESTEL Unit CO SAS



- Políticos:** El Gobierno se ha planteado metas ambiciosas en el mediano plazo para hacer crecer hasta tres veces al sector del outsourcing, considerando una meta de la participación del 3,4% del PIB nacional para el 2032, aumentando las exportaciones del servicio hasta US\$5.000 millones y generando alrededor de 600.000 empleos. Colombia se ha posicionado como uno de los países con mayor oferta de servicios de tercerización en la región. Sin embargo, los desafíos que enfrenta el sector en este año y en general todos los sectores responden a la desaceleración de la economía debido a la caída de los ingresos por cuenta del petróleo, a la decisión del Gobierno con relación a la austeridad en el gasto, al comportamiento de la tasa de cambio, a las tasas de interés, a los cambios que se generen a nivel tributario y a la inflación (Vargas, 2018).

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	22 DE 28
	FECHA	

- Económicos:** De acuerdo con Bancoldex y el Programa de Transformación Productiva (PTP), las exportaciones sectoriales han alcanzado US\$1.516 millones, los servicios más apetecidos en el exterior fueron call center con 40%, otros con 27%, comercio con 15%, consultorías empresariales con 14%, y servicios agrícolas y mineros con 4%. En ITO, la mayor participación correspondió a los servicios de informática, con 50%, seguido de comunicaciones con 48% y suministro de información con 2%. Sin embargo el país requiere mejorar el entendimiento de los servicios y la oportunidad de potenciar la forma de ofrecerlos, se deben fortalecer los instrumentos de contratación y aquí salen a relucir mucho los Clusters de servicios ya que es importante crear sinergias entre entidades para la compra innovadora de servicios.
- Socio culturales:** Dos factores han contribuido al desarrollo sectorial y a que Colombia marque diferencia y sea más competitiva frente a los demás países cercanos: la demografía y contar con una amplia red de ciudades intermedias. Según las proyecciones de población del Dane, el país tiene más de 48 millones de habitantes y cuenta con 41 centros urbanos con más de 100.000 habitantes. El estudio indica que en los 32 departamentos más Bogotá hay 39.484 empresas que prestan servicios de tercerización y de este total cerca de 80% se concentra en cinco departamentos más la capital de la República. Las únicas zonas que cuentan con menos de diez compañías especializadas en outsourcing son Vichada (8), Amazonas (7), Vaupés (5) y Guainía (3).

Colombia ofrece no solo Bogotá sino al menos ocho o nueve ciudades donde instalar las operaciones. Lo hemos visto en el Eje Cafetero, en ciudades como Pereira; en Bucaramanga, donde crece la instalación de compañías europeas de innovación, investigación y desarrollo; además, Barranquilla –por la fortaleza en

inglés— está creciendo; al igual que Cali por su ubicación y Medellín por su liderazgo en innovación. (Pinzón)

Ilustración 1, Tercerización en el país.



BARRANQUILLA:
Software: desarrollo de aplicaciones
BPO: mensaje de voz básico - inglés
Servicios TI: apoyo básico

CALI
Software: desarrollo de aplicaciones
BPO: mensaje de voz básico en español

MEDELLÍN:
Software: desarrollo y mantenimiento de aplicaciones, gestión de proyectos.
BPO: mensaje de voz básico y las operaciones de back office en inglés y español
Servicios TI: atención al cliente, soporte técnico, infraestructura de TI

EJE CAFETERO:
Software: desarrollo de aplicaciones
BPO: mensaje de voz básico en español
Servicios TI: atención al cliente

BUCARAMANGA:
Software: desarrollo de aplicaciones
BPO: mensaje de voz básico en español
Servicios TI: atención al cliente

BOGOTÁ:
Software: desarrollo y mantenimiento de aplicaciones, gestión de proyectos
BPO: mensaje de voz básico y las operaciones de back office en inglés y español
Servicios TI: atención al cliente, soporte técnico, infraestructura de TI

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	24 DE 28
	FECHA	

- **Tecnológicos:** El modelo de Software como servicios (Saas, por su sigla en inglés) está en incremento. De igual manera las plataformas de servicios domiciliarios como lo es Rappy, Uber Eats, Domicilios.com, entre otros, las empresas acceden a los programas que requieren para su operación a través de internet, para lo cual le pagan a un proveedor externo por el número de personas que accedieron a las aplicaciones o por el tiempo de uso del software.

Más allá del ahorro, estos servicios tienen la gran ventaja de dar la posibilidad de acceder a la información empresarial desde cualquier lugar y por medio de diversos dispositivos, como teléfonos inteligentes y tabletas digitales.

Ante todo, el usuario sólo necesita conexión a internet y un navegador compatible con las aplicaciones adquiridas, lo que favorece de gran manera el sector de e-commerce y prestación de servicios mediante opciones personalizadas y cómodas que se ofrecen y que también le permite a la empresa obtener beneficios en su situación financiera. En la anterior ilustración se puede evidenciar el desarrollo y evolución del uso de software en las principales ciudades del país, también los diferentes servicios prestados desde el sector de tecnologías de la información.

- **Ecológicos:** Gracias al auge de tercerización de servicios y a las empresas que se han creado en beneficio a este objeto social, se han creado edificios verdes de infraestructura para situar estos lugares, además de esto se ha empezado a crear un uso óptimo de los recursos como el agua, la luz y el papel, que es un recurso que el sector utiliza en las actividades administrativas, principalmente en la impresión de documentos y en el control de procesos y el orden de estos. Sin embargo, la tendencia a automatizar los procesos es cada vez mayor. Este es un sector que promueve la facturación electrónica, cronogramas por medio de programas Office y utilización de tecnologías que pueden llegar a ser manejadas por otros mercados. También se han implementado mecanismos para monitorear la impresión de papel

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	25 DE 28
	FECHA	

por parte de los trabajadores y para promover campañas de reciclaje del mismo, premiando a las diferentes áreas por cantidad de papel reciclado.

Adicionalmente, diferentes empresas promueven entre sus empleados campañas de recolección de residuos para reciclar. Es común encontrar en las empresas del sector iniciativas con fundaciones para que, a través de la venta de los residuos producidos, se generen ingresos para ellas. En varias oportunidades Unit Co lo ha hecho con residuos tecnológicos, estas iniciativas tienen impactos significativos sociales y ambientales, pues las empresas se relacionan con un número significativo de empleados. También, a través de este tipo de actividad, se promueve una cultura de reciclaje que trasciende la operación de la empresa.

- **Legales:** En la actualidad no existe una reglamentación que unifique el concepto de tercerización laboral, por lo que debe acudirse a la definición que hace el Código Laboral del contratista independiente. De la definición legal se evidencia que el contratista independiente es el que presta servicios en beneficio de un tercero por un precio determinado (honorarios), asumiendo los riesgos de su actividad, y empleando sus propios medios, es decir que debe prestar actuar con su personal, su equipo de trabajo, y bajo su estructura organizacional, debiendo tener entonces autonomía técnica, directiva, financiera y administrativa.

Si bien la Ley laboral no regula la tercerización en sí misma, tampoco contempla una restricción a la contratación de servicios con un tercero para que desarrolle actividades de esta naturaleza, debiendo simplemente ajustarse a los parámetros de independencia y autonomía, de hecho hoy en día es muy utilizada esta modalidad de contratación ya que a las empresas les reduce costes de nómina.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	26 DE 28
	FECHA	

7. Conclusiones

Para finalizar se concluye que el país tiene grandes oportunidades para el sector de tercerización de servicios, que ofrece demasiadas oportunidades y el gobierno brinda apoyo por sus expectativas tan grandes de crecimiento, se puede observar que el problema radica en la falta de inversión por parte de Unit Co SAS, lo cual le impide posicionamiento, reconocimiento, oportunidades de negocio, una mejor liquidez.

Se identifica la necesidad por parte de la empresa de invertir en e-commerce y branding para llegar a clientes más estratégicos y atraer nuevas oportunidades de negocio y alianzas de consultoría a nivel nacional e internacional, aparte de esto se identifican otras oportunidades de marketing que no necesitan de mucho capital financiero.

Se reconoce el potencial del país y de las diferentes ciudades, evidenciando la calidad del talento humano que se posee y como se ha logrado superar las expectativas en este sector.

La propuesta financiera es buscar un financiamiento de \$5.000.000 por medio de un fondo familiar con un interés de 1,5% para invertir en material de fotografía y video, aparte de esto fortalecer la participación en internet con Google Adwords y así generar ingresos mediante el objeto social de la empresa principalmente siguiendo este proceso:

- Definir palabras clave que representen la empresa.
- Realizar lluvia de ideas con palabras claves junto al equipo de trabajo.
- Estudiar la competencia, y las palabras o frases claves que se apliquen al negocio y servicio.
- Utilizar herramientas de investigación.
- Fortalecer vocabulario SEO, implementando términos que aparecen en el tráfico web.
- Costo por clic, el marketing de contenido con SEO utiliza esto, que también se conoce como CPC. Cuando se hace publicidad en Google, Amazon u otras plataformas, cuesta dinero. Elegir las palabras clave basadas en CPC puede reducir el costo de la inversión.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	27 DE 28
	FECHA	

- Plan estratégico para mejorar el ROI, El ROI de cada palabra clave debe tenerse en cuenta para realizar un marketing de contenido efectivo. Se debe procurar evitar los grandes rangos de palabras clave que no aportan dinero ya que no tienen sentido. Cada palabra clave que se publicite debe estar dirigida a un alto tráfico, y a una competencia de alto nivel.

8. Recomendaciones

Una vez terminado el análisis de caso para la empresa Unit Co SAS se razona que:

Es necesario que el personal de todas las áreas de la empresa se concientice sobre las herramientas tecnológicas que existen hoy en día y sacarles un mayor provecho, desde redes sociales hasta e-commerce mediante hosting y tráfico de órganos refiriéndose a los datos enviados y recibidos en un sitio web es determinado por el número de visitantes y las páginas que visitan, se busca que las estrategias creadas aumenten este tráfico web generando popularidad en la página empresarial y en la solución propuesta.

Se recomienda crear el canal de YouTube ya que es una idea con una gran potencial que abrirá muchas puertas a la empresa y aportará al crecimiento de la economía nacional, por lo cual es necesario un compromiso social por parte de la empresa.

Adicionalmente es recomendable reducir los costos de operación y los gastos administrativos ya que al ser una empresa de prestación de servicios se debe invertir en pro del personal para poder tener un buen impacto en el cliente y saber satisfacer todas sus necesidades, la empresa requiere motivar mucho más a sus empleados ya que son la imagen de la empresa y muchas oportunidades son perdidas por la falta de interés de ellos, por lo que se sugiere implementar un sistema de pago de comisiones, proyectar metas, escritos de retroalimentación que envíen los clientes.

Artículo Análisis Semillero Desarrollo Sostenible y Empresa	PÁGINA	28 DE 28
	FECHA	

Bibliografía

Alex Osterwalder. (s.f.).

Baena, V. (2011). *Fundamentos de marketing*.

Fombelle, P. d. (2016). Cómo optimizar una base de datos. *Puro Marketing*.

García, R. (2018). Comercio electrónico en Colombia 2018. *El Colombiano*.

Gómez, L. (2017). Influencers en el marketing digital. *Sumáte*.

Malca, O. (2001). *Comercio electrónico*. Lima.

Pinzón, S. (s.f.). Las exportaciones de servicios tercerizados crecen en Colombia. (Dinero, Entrevistador)

Vargas, M. G. (2018). Las exportaciones de servicios tercerizados crecen en Colombia. (R. Dinero, Entrevistador)

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TÍTULO COMPLETO		
ANÁLISIS DE CASO FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ODS 9 EN UNIT CO SAS		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
BONILLA CASTILLO	NATHALIA	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
PAEZ GÓMEZ	ANDREA	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR	Pregrado	X
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
BOGOTÁ	2018	29
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Unit Co SAS	Unit Co SAS	
E-commerce	E-commerce	
Influenciador	Influencer	
Desarrollo sostenible	Sustainable development	
Innovación	Innovation	
Liquidez	Liquidity	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>Unit Co SAS es una empresa con una trayectoria de 11 años en el mercado, que se dedica a estrategias comerciales contando con 5 líneas de negocio: fortalecimiento empresarial, estudios comerciales, prospección comercial, encuentros comerciales y outsourcing comercial. Hasta el día de hoy aún es una empresa pequeña con problemas de rentabilidad y oportunidades de negocio o misiones presentadas dos veces al año por lo que no genera la suficiente liquidez, no es conocida de la manera que debe ser a pesar de haber realizado misiones en países como Portugal y Chile y haber trabajado con empresas reconocidas como lo son Mattel, Grupo Sura, entre otras, por lo que el objetivo del presente proyecto es analizar las herramientas y los beneficios que brinda la posibilidad de invertir en el e-commerce y de potencializarlo, poder evidenciar los beneficios de las diferentes oportunidades de tener fuerte presencia en las redes sociales, ser agente de cambio y fuente de información para otras pequeñas empresas creando posibilidades de alianzas, de crecimiento y de fortalecimiento de marca volviendo tanto a la empresa como al sector más competitivos iniciando a nivel nacional.</p>		

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

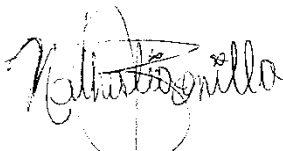
NATHALIA BONILLA CASTILLO con C.C. Nº 1.1016.09.019 actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado), (presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título **ANÁLISIS DE CASO FINANCIERO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL ODS 9 EN UNIT CO SAS** elaborada para efectos de optar por el título de grado en Finanzas y Comercio Exterior.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en, el año 2018 del mes Septiembre a los 21 días.



NATHALIA BONILLA CASTILLO C.C. 1.016.097.019